SECRÉTARIAT À L'ACCÈS AUX MARCHÉS
Rapport d'analyse mondiale

Aperçu du marché
Arabie saoudite

Mars 2017

SOMMAIRE

- En 2015, l'Arabie saoudite affichait un produit intérieur brut (PIB) de 646,0 milliards $US, lequel a connu une baisse de 0,5 % à la fin de 2016 en raison de la chute des prix du pétrole qui s'est répercutée sur les finances publiques et les revenus d'exportation.
- L'Arabie saoudite est le 41e pays le plus populeux du monde avec 31,5 millions d'habitants, dont 83,2 % vivent en zone urbaine. Les hommes représentent 56,5 % de la population et les femmes, 43,5 %. L'âge médian dans cette région est de 28,4 ans. La population devrait atteindre 34,4 millions d'ici 2020.
- En 2015, les dépenses de consommation annuelles par habitant se chiffraient à 7 826,9 $US, les dépenses en aliments et en boissons non alcoolisées représentant représentant 1 954,1 $US, soit 25 % des dépenses totales.
- En raison du nombre croissant de femmes sur le marché du travail, l'industrie de la restauration commerciale continue de croître et son taux de croissance annuel composé devrait atteindre 5,4 % au cours de la période de prévision de 2016 à 2021.
- Les ventes d'aliments emballés ont connu une croissance plus lente en raison de la hausse des prix, de l'inflation et de la réduction des subventions gouvernementales. Ces facteurs incitent les consommateurs saoudiens à user de prudence dans leurs dépenses. Toutefois, les achats en ligne sont de plus en plus populaires chez les jeunes consommateurs.
- Actuellement, la principale entreprise d'aliments emballés est Almarai Co. Ltd., avec une part de marché de 8,0 %. Viennent ensuite Nestlé SA (5,1 %), et Mars Inc. (3,8 %).
- Les taux croissants d'obésité et de problèmes de santé entraînent une croissance des ventes d'aliments emballés et boissons de la catégorie santé et mieux-être.

TABLE DES MATIÈRES

Sommaire 1
Production 2
Commerce 3
Ventes au détail 4
Santé et mieux-être 5
Restauration commerciale 6
Lancements de nouveaux produits 7
Pour plus de renseignements 7
Ressources 8

RAPPORTS CONNEXES

- Aperçu du marché – EAU
- Aperçu du marché – Maroc
- Produits de boulangerie en Arabie saoudite

PRODUCTION

- Depuis 2012, les dattes demeurent la principale culture en Arabie saoudite malgré un déclin de 30 % de 2013 à 2014.
- Des dix principales cultures de l'Arabie saoudite en 2014, le sorgho, le melon d'eau et l'oignon ont connu le taux de croissance le plus élevé entre 2010 et 2014, leurs taux de croissance annuels composés (TCAC) étant respectivement de 23 %, 12 % et 9 %.
- Le poulet est le produit d'élevage qui domine dans la région; son TCAC a été de 5 % de 2010 à 2014.

Cultures agricoles et animaux d'élevage en Arabie saoudite

Dix principales cultures (en tonnes)	2010	2011	2012	2013	2014
Dattes	991 546	1 008 105	1 031 082	1 095 158	766 800
Melons d'eau	338 881	365 903	374 203	401 058	532 192
Blé	1 349 389	1 184 454	854 256	660 145	500 000
Pommes de terre	398 993	404 679	405 680	390 259	445 028
Tomates	492 402	520 034	549 119	544 464	389 698
Fruits frais	313 353	355 458	364 944	360 000	357 546
Sorgho	114 022	117 091	118 393	110 299	265 000
Oignons	93 360	104 504	107 361	112 478	131 177
Concombres et cornichons	220 978	228 762	240 584	246 986	127 415
Légumes frais	159 551	131 137	115 490	114 860	114 230

Viande produite au pays (en tonnes)	2010	2011	2012	2013	2014
Poulet	576 819	576 270	572 270	52 000	618 130
Mouton	45 000	40 640	41 160	43 610	101 580
Bovin	39 662	42 283	49 683	100 000	54 183
Chameau	37 610	22 112	22 552	569 000	42 460
Chèvre	720	2 174	2 174	50 683	29 246

Bétail (têtes)	2010	2011	2012	2013	2014
Poulets	148 200 000	175 900 000	179 000 000	181 500 000	183 000 000
Moutons	8 741 000	10 096 000	10 129 000	11 500 000	11 650 000
Pigeons, autres oiseaux	5 500 000	5 500 000	5 500 000	5 500 000	5 500 000
Chèvres	3 408 000	3 382 000	3 408 000	3 430 000	3 450 000
Bovins	393 324	426 204	486 503	456 371	354 276

Source de tous les tableaux : FAOSTAT, production agricole, décembre 2016

COMMERCE

- L'Arabie saoudite est un importateur net de produits agroalimentaires et de produits de la mer. En 2015, son déficit commercial dans ces deux secteurs était de 17,9 milliards $US, la valeur des importations se chiffrant à 23,1 milliards $US et celle des exportations, à 3,8 milliards $US. Depuis cinq ans (de 2011 à 2015), le taux de croissance annuel composé (TCAC) des importations a été de 3,5 % et celui des exportations a été de 1,8 %.
- En 2015, les cinq principaux fournisseurs de produits agroalimentaires et de produits de la mer étaient le Brésil, l'Inde, l'Allemagne, les Émirats arabes unis et les États-Unis; ces pays comptaient pour 38 % du total des importations de l'Arabie saoudite.
- En 2015, les principales importations de produits agroalimentaires et de produits de la mer étaient l'orge, le riz, la volaille congelée, les cigarettes et les préparations alimentaires. Ces produits représentent au total 27,3 % des importations de produits agroalimentaires et de produits de la mer en l'Arabie saoudite.
- Les importations d'aliments transformés se chiffraient à 14,6 milliards $US en 2015, le TCAC étant de 2,2 % pour la période de 2011 à 2015. La part du Canada était de 0,4 %.
- Les cinq principaux fournisseurs de produits agroalimentaires et de produits de la mer étaient le Brésil (valeur de 2,2 milliards $US) , l'Inde (valeur de 2,1 milliards $US), l'Allemagne (valeur de 1,6 milliard $US), les Émirats arabes unis (valeur de 1,4 milliard $US) et les États-Unis (valeur de 1,4 milliard $US).
- Les exportations de produits agroalimentaires et de produits de la mer du Canada vers l'Arabie saoudite se chiffraient à 166,3 millions $US en 2015. Les principaux produits d'exportation étaient le blé, la viande désossée congelée, les arachides, les préparations alimentaires et le fromage.

Principales importations de produits agroalimentaires et de produits de la mer en Arabie saoudite, 2015

Produit	Valeur des importations (en millions $US)	Principaux fournisseurs et part de marché			Part du Canada
		1	2	3	
Orge	1 470,0	Russie 38,7 %	Ukraine 24,3 %	Allemagne 12,6 %	0,0 %
Riz	1 452,1	Inde 78,7 %	Pakistan 6,1 %	États-Unis 6,0 %	0,0 %
Volaille congelée	1 179,2	Brésil 74,5 %	France 23,4 %	Argentine 2,1 %	0,0 %
Cigarettes	1 140,6	Allemagne 72,2 %	Turquie 11,9 %	Suisse 9,4 %	0,0 %
Préparations alimentaires	1 085,0	Irlande 41,2 %	Bahreïn 7,7 %	Danemark 6,0 %	0,2 %
Moutons vivants	791,1	Soudan 66,7 %	Somalie 17,3 %	Jordanie 12,4 %	0,0 %
Préparations alimentaires pour nourrissons	652,8	Irlande 32,6 %	France 25,7 %	Espagne 13,3 %	0,0 %
Morceaux et abats comestibles de volaille (congelés)	559,6	Brésil 94,5 %	États-Unis 2,5 %	Émirats arabes unis 2,2 %	0,0 %
Maïs	531,2	États-Unis 44,0 %	Argentine 32,8 %	Brésil 20,0 %	0,0 %
Lait et crème sous forme solide	408,0	Émirats arabes unis 47,1 %	Nouvelle-Zélande 20,3 %	Oman 14,4 %	0,0 %

Source : Global Trade Tracker, 2016.

VENTES AU DÉTAIL

- Les aliments emballés continuent d'enregistrer une croissance positive; ils ont affiché un TCAC de 9,0 % de 2012 à 2016. Ce résultat est en partie attribuable à l'entrée des femmes sur le marché du travail et au tourisme religieux (Euromonitor, 2016).
- Les entreprises de produits artisanaux occupent toujours le premier rang dans les ventes d'aliments emballés. Toutefois, elles perdent lentement du terrain au profit des grands fabricants qui élargissent leurs gammes de produits et leurs réseaux de distribution.
- Les catégories d'aliments emballés qui ont connu le taux de croissance le plus élevé au cours de la période de référence sont les huiles comestibles, les aliments pour bébés, les céréales pour petit déjeuner, la crème glacée, les desserts glacés, les biscuits sucrés, les barres tendres et les collations de fruits. Ces catégories ont toutes connu un taux de croissance supérieur à 10 % durant la période visée.
- Le secteur des aliments emballés devrait afficher un taux de croissance légèrement inférieur, soit 8,6 % (TCAC) au cours de la période de prévision de 2017 à 2021.
- Ce sont les aliments pour bébés qui devraient afficher le taux de croissance le plus élevé, soit 11,7 %, durant la période de prévision, suivis des céréales pour petit déjeuner avec un TCAC de 10,2 %. Malgré le déclin du taux de natalité, l'entrée des femmes sur le marché du travail et l'offre croissante de produits devraient stimuler la demande d'aliments pour bébés et de céréales pour petit déjeuner des enfants.

Historique des ventes au détail de produits agroalimentaires en Arabie saoudite, en millions de dollars américains à taux fixe (de 2012 à 2016)

Catégories	2012	2013	2014	2015	2016[E]	TCAC* 2012-16	Part de marché
Aliments emballés	**13 545,7**	**15 034,4**	**16 324,4**	**17 709,0**	**19 142,0**	**9,0 %**	-
Aliments pour bébés	646,4	754,4	789,3	892,8	1 007,9	11,7 %	5,3 %
Produits de boulangerie	3 557,2	3 922,7	4 247,8	4 594,4	4 949,2	8,6 %	25,9 %
Céréales pour petit déjeuner	97,6	110,8	123,4	136,2	150,3	11,4 %	0,8 %
Confiseries	1 491,7	1 695,2	1 870,3	2 051,6	2 235,9	10,6 %	11,7 %
Produits laitiers	3 065,0	3 427,8	3 706,2	4 012,7	4 314,8	8,9 %	22,5 %
Huiles comestibles	443,7	520,7	597,2	655,3	713,5	12,6 %	3,7 %
Crème glacée et desserts glacés	273,0	307,1	341,3	379,0	419,7	11,4 %	2,2 %
Fruits et légumes transformés	267,3	282,9	299,3	314,1	330,4	5,4 %	1,7 %
Viandes et produits de la mer transformés	409,2	439,3	469,9	501,4	537,8	7,1 %	2,8 %
Plats cuisinés	11,7	12,5	13,3	13,9	14,6	5,7 %	0,1 %
Riz, pâtes alimentaires et nouilles	1 402,4	1 501,3	1 613,3	1 706,0	1 807,5	6,5 %	9,4 %
Sauces, vinaigrettes et condiments	464,0	492,5	523,9	553,3	585,4	6,0 %	3,1 %
Collations salées	871,3	958,0	1 059,0	1 162,1	1 270,9	9,9 %	6,6 %
Soupes	36,4	37,7	38,5	39,8	41,3	3,2 %	0,2 %
Tartinades	202,3	228,9	252,8	276,5	302,3	10,6 %	1,6 %
Biscuits sucrés, barres tendres et collations de fruits	306,5	342,7	378,9	420,0	460,5	10,7 %	2,4 %

Source : Euromonitor, 2016. E= Estimation *TCAC – Taux de croissance annuel composé

Ventes au détail de produits agroalimentaires en Arabie saoudite, en millions de dollars américains à taux fixe – Prévisions (de 2017 à 2021)

Catégories	2017[P]	2018[P]	2019[P]	2020[P]	2021[P]	TCAC* 2017-2020	Part de marché
Aliments emballés	20 737,9	22 515,0	24 427,0	26 526,5	28 824,3	8,6 %	-
Aliments pour bébés	1 146,3	1 306,1	1 487,7	1 701,9	1 959,0	14,3 %	6,8 %
Produits de boulangerie	5 352,1	5 791,2	6 261,7	6 789,1	7 353,1	8,3 %	25,5 %
Céréales pour petit déjeuner	165,7	182,8	201,5	221,9	244,5	10,2 %	0,8 %
Confiseries	2 427,4	2 631,9	2 851,6	3 085,0	3 339,0	8,3 %	11,6 %
Produits laitiers	4 675,9	5 081,8	5 525,4	6 016,1	6 559,6	8,8 %	22,8 %
Huiles comestibles	775,4	845,3	918,0	995,1	1 076,2	8,5 %	3,7 %
Crème glacée et desserts glacés	460,0	502,7	546,2	589,7	635,0	8,4 %	2,2 %
Fruits et légumes transformés	350,8	373,0	397,5	424,7	452,8	6,6 %	1,6 %
Viandes et produits de la mer transformés	580,1	627,7	678,1	737,4	800,2	8,4 %	2,8 %
Plats cuisinés	15,4	16,2	16,9	17,7	18,6	4,8 %	0,1 %
Riz, pâtes alimentaires et nouilles	1 922,5	2 056,4	2 203,3	2 359,3	2 534,0	7,1 %	8,8 %
Sauces, vinaigrettes et condiments	619,2	656,9	697,7	739,2	781,7	6,0 %	2,7 %
Collations salées	1 373,5	1 492,3	1 612,0	1 737,8	1 870,0	8,0 %	6,5 %
Soupes	43,4	45,3	47,1	49,3	51,5	4,4 %	0,2 %
Tartinades	328,2	357,6	388,0	420,9	456,7	8,6 %	1,6 %
Biscuits sucrés, barres tendres et collations de fruits	502,1	547,9	594,4	641,5	692,6	8,4 %	2,4 %

Source : Euromonitor, 2016. P = Prévisions * TCAC – Taux de croissance annuel composé

SANTÉ ET MIEUX-ÊTRE

- Les consommateurs saoudiens privilégient de plus en plus un mode de vie sain et le sentiment de mieux-être. La valeur des ventes au détail des produits de santé et de mieux-être a atteint 3,4 milliards $US en 2016, et le TCAC a été de 15,5 % de 2012 à 2016. Ces produits représentent maintenant 18 % des ventes totales d'aliments emballés, soit une hausse de 3 % depuis 2011.

- La place grandissante qu'occupent la santé et le mieux-être s'observe tout particulièrement dans les catégories huiles comestibles, crème glacée, desserts glacés et aliments pour bébés. Cela s'explique par le fait que les jeunes mères sur le marché du travail veulent donner à leurs enfants et autres membres de la famille des aliments à faible teneur calorique et à teneur réduite en sucre (Euromonitor, 2016).

- Des facteurs comme les campagnes pour la santé et le mieux-être menées par le gouvernement pour lutter contre l'obésité et les problèmes connexes (diabète, hypertension, maladies cardiovasculaires et taux élevé de cholestérol) incitent les consommateurs saoudiens à se tourner vers les produits de santé et de mieux-être, positionnés comme liés au mieux-être général, à la gestion du poids, à la santé digestive, au regain d'énergie et à la santé visuelle. Les produits comportant ces cinq principales allégations représentent 83 % de tous les produits de la catégorie santé et mieux-être vendus dans la région.

- La tendance vers les produits de la catégorie santé et mieux-être devrait se poursuivre pour atteindre un TCAC de 7,8 % de 2016 à 2021.

Historique des ventes au détail de produits de santé et de mieux-être en Arabie saoudite, en millions de dollars américains à taux fixe (de 2012 à 2016)

Catégories	2012	2013	2014	2015	2016[E]	TCAC* 2011-2016	Part de marché
Aliments emballés	2 260,4	2 564,0	2 769,7	3 057,4	3 354,3	15,5 %	-
Aliments pour bébés	489,7	580,1	600,5	686,7	783,6	13,6 %	23,4 %
Produits de boulangerie	8,9	9,8	10,6	11,4	12,1	12,5 %	0,4 %
Céréales pour petit déjeuner	97,6	110,8	123,4	136,2	150,3	11,9 %	4,5 %
Confiseries	123,1	138,0	152,5	168,6	183,2	11,4 %	5,5 %
Produits laitiers	1 245,7	1 392,7	1 511,0	1 637,5	1 764,5	11,4 %	52,6 %
Huiles comestibles	63,5	73,5	83,7	99,9	113,1	10,4 %	3,4 %
Crème glacée et desserts glacés	0,6	0,7	0,8	0,9	1,0	10,5 %	0,0 %
Collations salées	90,4	97,0	106,6	116,4	126,9	9,1 %	3,8 %
Tartinades	119,6	137,6	154,2	170,2	187,3	8,0 %	5,6 %
Biscuits sucrés, barres tendres et collations de fruits	19,6	22,2	24,6	27,4	30,2	8,8 %	0,9 %

Source : Euromonitor, 2016. E = Estimation **TCAC – Taux de croissance annuel composé

Ventes au détail de produits de santé et de mieux-être en Arabie saoudite, en millions de dollars américains à taux fixe – Prévisions (de 2017 à 2021)

Catégories	2017[F]	2018[F]	2019[F]	2020[F]	2021[F]	TCAC* 2017-2020	Part de marché
Aliments emballés	3 595,5	3 868,4	4 159,9	4 486,6	4 857,6	7,8 %	-
Aliments pour bébés	875,9	984,0	1 101,7	1 238,5	1 401,3	12,5 %	28,8 %
Produits de boulangerie	12,6	13,2	13,8	14,4	15,1	4,6 %	0,3 %
Céréales pour petit déjeuner	160,8	172,3	184,4	197,1	210,9	7,0 %	4,3 %
Confiseries	192,2	202,0	212,3	223,1	234,5	5,1 %	4,8 %
Produits laitiers	1 861,7	1 969,8	2 086,8	2 215,9	2 358,3	6,1 %	48,5 %
Huiles comestibles	125,2	138,8	152,0	166,8	183,3	10,0 %	3,8 %
Crème glacée et desserts glacés	1,1	1,1	1,2	1,3	1,3	4,3 %	0,0 %
Collations salées	133,2	139,6	145,6	152,1	158,9	4,5 %	3,3 %
Tartinades	198,6	211,2	223,5	236,4	250,3	6,0 %	5,2 %
Biscuits sucrés, barres tendres et collations de fruits	32,1	34,2	36,4	38,9	41,6	6,7 %	0,9 %

Source: Euromonitor, 2016. F = Prévisions *TCAC – Taux de croissance annuel composé

RESTAURATION COMMERCIALE

- La popularité croissante de la livraison de repas à domicile a contribué à soutenir le marché de la restauration commerciale malgré l'effet négatif de la chute des prix du pétrole au pays.
- Le marché de la restauration a connu une croissance de 4 % en 2016 parallèlement à une croissance de 2 % du nombre de restaurants (pour atteindre 35 000).
- Herfy Food Services, Food Choice Trading et United Food Services sont les principaux fournisseurs d'ingrédients offrant des produits de qualité aux restaurateurs de la région (Euromonitor, 2016).
- Le marché de la restauration commerciale devrait bien se porter compte tenu du changement social en cours en Arabie saoudite; le nombre de femmes qui entrent sur le marché du travail continue de croître.

LANCEMENTS DE NOUVEAUX PRODUITS

- Plus de 5 000 produits ont été lancés en Arabie saoudite entre 2012 et 2016. Ces lancements ont eu lieu dans les catégories produits de boulangerie, produits laitiers, sauces et assaisonnements, boissons à base de jus et collations.

- Selon Mintel, les allégations de plus en plus fréquentes visant ces produits sont qu'ils sont réchauffables au micro-ondes, halal, riches en fibres ou fibres ajoutées et à teneur faible, nulle ou réduite en calories.

- Les consommateurs se tournent de plus en plus vers le développement de produits dans la région, en particulier ves les produits pratiques et sains. La majorité des produits lancés étaient de nouveaux produits (42 %), suivis des améliorations d'emballage (30 %), de nouvelles variétés et d'élargissement de gamme (25 %) et de nouveaux lancements de produits (2 %).

Lancements de nouveaux produits en Arabie saoudite de 2012 à 2016

Catégorie	Nouveaux produits	Nouvel emballage	Nouvelle variété / élargissement de la gamme	Nouveau lancement	Nouvelle formulation	Total
Produits de boulangerie	326	128	233	13	12	**712**
Produits laitiers	210	310	125	22	8	**675**
Sauces et assaisonnements	245	153	131	8	5	**542**
Boissons à base de jus	186	196	103	7	0	**492**
Collations	192	72	98	2	2	**366**
Total*	**2 159**	**1 527**	**1 246**	**89**	**67**	**5 088**

Source : Mintel, 2016. ***Note** : Nombre total de produits lancés en Arabie saoudite au cours de la période de référence.

POUR PLUS DE RENSEIGNEMENTS

Les délégués commerciaux internationaux peuvent fournir à l'industrie canadienne une expertise de terrain concernant les potentiels de marché, les conditions actuelles et les contacts d'affaires locaux, et sont un excellent point de contact pour obtenir des conseils à l'exportation.

- **Aperçu du Service des délégués commerciaux en Arabie saoudite**
  http://www.delequescommerciaux.qc.ca/e-f/sa/index.htm

- **Trouvez un délégué commercial**
  www.delequescommerciaux.qc.ca/fra/trouver-contacts-commerce.jsp

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le marché de l'Arabie saoudite et d'autres marchés, veuillez consulter la collection complète des rapports d'analyse mondiale sous la rubrique *Statistiques et renseignements sur les marchés*, qui présente les revues de marché par secteur d'intérêt et par région, à l'adresse :

- http://ats-sea.agr.gc.ca/

Pour de plus amples renseignements sur Gulfoods 2017, veuillez communiquer avec :

- **Ben Berry, directeur adjoint**
  Stratégie et organisation, foires commerciales
  Agriculture et Agroalimentaire Canada
  ben.berry@agr.gc.ca

RESSOURCES

Euromonitor International, 2016. Données sur les revenus et dépenses – Arabie saoudite.

Euromonitor International, 2016. Données sur les produits de santé et mieux-être – Arabie saoudite.

Euromonitor International, 2016. Données sur les aliments emballés – Arabie saoudite.

Euromonitor International, 2016. Profil de pays – Arabie saoudite.

Euromonitor International, 2016. Modes de vie en 2016 – Arabie saoudite.

Global Trade Tracker, 2016.

Base de données mondiale de Mintel sur les nouveaux produits, 2017.

APERÇU DU MARCHÉ – ARABIE SAOUDITE

Rapport d'analyse mondiale

Préparé par : Ranna Bernard, analyste de marché

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada,
représentée par le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire (2017).

Images
Les images figurant dans la présente publication sont reproduites avec la permission des titulaires des droits s'y rattachant.
À moins d'avis contraire, Sa Majesté la Reine du chef du Canada est titulaire des droits d'auteur sur ces images.

Pour vous inscrire à notre liste de distribution ou pour suggérer d'autres sujets ou marchés de recherche, vous pouvez vous adresser à :

Agriculture et Agroalimentaire Canada, Analyses des marchés mondiaux
1341, chemin Baseline, Tour 5, 3e étage
Ottawa (Ontario) K1A 0C5
Canada
Courriel : MAS-SAM@agr.gc.ca

Le gouvernement du Canada a préparé le présent document en se fondant sur des sources d'information primaires et secondaires. Même s'il n'a ménagé aucun effort pour présenter des données exactes, Agriculture et Agroalimentaire Canada n'assume aucune responsabilité à l'égard de toute décision qui pourrait être prise sur la base de ces renseignements.

Toute reproduction ou redistribution du présent document, en totalité ou en partie, doit énoncer clairement qu'Agriculture et Agroalimentaire Canada est le titulaire du droit d'auteur du document en respectant le modèle suivant : AAC – titre du rapport – année. Si le document reproduit ou redistribué reprend des données du présent document, il y a lieu d'y indiquer les sources telles qu'elles sont inscrites dans le présent document.

Agriculture et Agroalimentaire Canada fournit le présent document ainsi que d'autres services de production de rapports gratuitement à ses clients des industries agricole et alimentaire.

RESTEZ BRANCHÉS		Visitez notre collection en ligne de rapports publics pour plus d'informations à ce sujet et sur d'autres marchés.